TRANSFORMASI DONASI DIGITAL: PERAN MODAL SOSIAL, RELIGIOSITAS, DAN PENERIMAAN TEKNOLOGI PADA GEREJA KATOLIK KEUSKUPAN AGUNG JAKARTA

DISERTASI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

OLEH

THEODORUS SENDJAJA

67122010007

PROGRAM STUDI DOKTOR MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025

https://lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Judul	:	TRANSFORMASI DONASI DIGITAL: PERAN MODAL SOSIAL, RELIGIOSITAS, DAN PENERIMAAN TEKNOLOGI PADA GEREJA KATOLIK KEUSKUPAN AGUNG JAKARTA
Nama	:	Theodorus Sendjaja
NIM	:	67122010007
Program Studi	:	Doktor Manajemen
Tanggal	:	11 Juni 2025

Mengesahkan

Promotor

Prof. Didik J. Rachbini, M.Sc., Ph.D.

Ko-Promotor I

Dr. Rina Astini, M.M

Ko-Promotor II

Dr. Daru Asih, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak.

Ketua Program Studi Doktor Manajemen

Prof. Dr. Indra Siswanti, M.M., CRP, CSRS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah cara umat Katolik berdonasi di Gereja Katolik Keuskupan Agung Jakarta. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku donasi digital (*digital donation behavior intention*) dengan mengintegrasikan teori modal sosial, religiositas, dan *technology acceptance model*. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei digunakan, melibatkan 357 responden umat Katolik di Keuskupan Agung Jakarta yang berusia minimum 18 tahun, aktif menghadiri misa, dan pernah bertransaksi menggunakan QRIS. Faktor *trust*, *norm*, *network*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dengan *attitude* sebagai mediator, dan *religiosity* sebagai moderator digunakan dalam penelitian ini. *Attitude* ditemukan memiliki pengaruh langsung signifikan terbesar terhadap *digital donation behavior intention*, berikutnya adalah *perceived usefulness*, *network*, dan *trust*. *Norm*, *perceived ease of use*, dan *perceived usefulness* memengaruhi tidak langsung *digital donation behavior intention* melalui mediasi *attitude*. *Religiosity* tidak ditemukan memoderasi *attitude*. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian model komprehensif yang mengintegrasikan teori modal sosial, religiositas, dan *technology acceptance model* secara bersamaan dalam memengaruhi niat berdonasi digital, mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya yang cenderung mengkaji faktor-faktor tersebut secara terpisah dan jarang ditemukan dalam Gereja Katolik. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan mengintegrasikan faktor modal sosial, penerimaan teknologi, sikap, dan religiositas dalam niat perilaku donasi digital di lingkungan Gereja Katolik. Kontribusi manajerial bagi Gereja Katolik Keuskupan Agung Jakarta untuk meningkatkan niat berdonasi digital ditunjukkan dalam model "Si JAMPaNG" (Sikap, Jejaring, Aksesibilitas, Manfaat, Percaya, Norma dan Gereja Ramah Digital). Keterbatasan penelitian ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menguji variabel lain dalam konteks segmen dan waktu berbeda atau menggunakan metode penelitian lain.

Keyword: transformasi donasi digital, modal sosial, technology acceptance model, religiositas, gereja katolik keuskupan agung jakarta.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Digital transformation has altered donation practices among Catholics in the Archdiocese of Jakarta. This study analyzes the factors influencing digital donation behavior intention by integrating social capital theory, religiosity, and the technology acceptance model. A quantitative approach using a survey was employed, involving 357 Catholic respondents aged 18 and above, who actively attend Mass and have transacted using QRIS. The research examined factors such as trust, norm, network, perceived ease of use, and perceived usefulness, with attitude as a mediator and religiosity as a moderator. The findings indicate that attitude, perceived usefulness, network, and trust significantly influence digital donation behavior intention directly, while norm, perceived ease of use, and perceived usefulness exert an indirect influence through attitude. Notably, religiosity did not moderate attitude. The novelty of this study lies in testing a comprehensive model that simultaneously integrates social capital theory, religiosity, and the technology acceptance model in understanding digital donation intention, addressing gaps in previous research that often considered these factors separately and were rarely explored in the context of the Catholic Church. This study contributes theoretically by integrating social capital, technology acceptance, attitudes, and religiosity within the realm of digital donation behavior intentions in the Catholic Church. It also offers managerial implications for the Archdiocese of Jakarta to enhance digital donation behavior intentions through the "Si JAMPaNG" model (Sikap, Jejaring, Aksesibilitas, Manfaat, Percaya, Norma, Gereja Ramah Digital). The study's limitations suggest opportunities for future research to explore additional variables across different contexts and methodologies.

Keywords: digital donation transformation, social capital, technology acceptance model, religiosity, catholic church of the archdiocese of jakarta.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*) KARYA ILMIAH

/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : Theodorus Sendjaja
NIM */Student id Number* : 67122010007
Program Studi */Study program* : S3 Manajemen

dengan judul:
/The title:

"TRANSFORMASI DONASI DIGITAL: PERAN MODAL SOSIAL, RELIGIOSITAS, DAN PENERIMAAN TEKNOLOGI PADA GEREJA KATOLIK KEUSKUPAN AGUNG JAKARTA"

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem ***Turnitin*** pada tanggal:
/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

21 April 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

15 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 April 2025
Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana
/Head of FEB *Administrator*

scan or click here for verify

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

PIC: Audina | No. Registrasi: SIMT-0425538

Dokumen digital ini telah diverifikasi menggunakan QR code
/This digital document has been verified using a QR code.

https://lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan disertasi ini dengan judul ***Transformasi Donasi Digital: Peran Modal Sosial, Religiositas, dan Penerimaan Teknologi pada Gereja Katolik Keuskupan Agung Jakarta"***

Ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya penulis sampaikan secara khusus dan mendalam kepada Prof. Didik J. Rachbini, M.Sc., Ph.D. selaku Promotor, Dr. Rina Astini, M.M., selaku Ko-Promotor-1 dan Dr. Daru Asih, M.Si., selaku Ko-Promotor-2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang berharga dalam penyelesaian disertasi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Indra Siswanti, M.M., CRP., CSRS., selaku Ketua Program Studi Doktor Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Mas Wahyu Wibowo, M.B.A., Ph.D., selaku Sekretaris Program Studi Doktor Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Doktor Manajemen Universitas Mercu Buana.

https://lib.mercubuana.ac.id

6. Istri tercinta Bernadeta Ameliana Maya Karundeng yang sangat sabar mendampingi perjalanan disertasi dengan penuh kasih, selalu mendoakan, mendukung dan memberikan semangat.
7. Teman-teman angkatan 9 Program Studi Doktor Manajemen Universitas Mercu Buana yang selalu menyemangati.
8. Seksi Penelitian dan Pengembangan dan seluruh umat Katolik dalam Paroki-paroki di Keuskupan Agung Jakarta yang telah mendukung disertasi ini.

Disertasi ini diharapkan memberikan kontribusi konsep baru ilmu manajemen pada pemahaman peran modal sosial, penerimaan teknologi dan religiositas dalam konteks transformasi donasi digital pada lingkungan keagamaan serta memberikan kontribusi khusus bagi Gereja Katolik Keuskupan Agung Jakarta untuk merancang strategi manajemen dan mengimplementasikan transformasi donasi digital sejalan dengan ajaran sosial Gereja Katolik.

Ad maiorem Dei gloriam. Demi kemuliaan Tuhan yang lebih besar.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Juni 2025

(Theodorus Sendjaja)

https://lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Disertasi ini:

Judul	:	TRANSFORMASI DONASI DIGITAL: PERAN MODAL SOSIAL, RELIGIOSITAS, DAN PENERIMAAN TEKNOLOGI PADA GEREJA KATOLIK KEUSKUPAN AGUNG JAKARTA
Nama	:	Theodorus Sendjaja
NIM	:	67122010007
Program Studi	:	Doktor Manajemen
Tanggal	:	22 April 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing Disertasi yang ditetapkan berdasarkan Surat Tugas dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Nomor : 06-7/242/F-Stgs/III/2023 tanggal 16 Maret 2023, tentang Pembimbing Disertasi pada Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 April 2025

Theodorus Sendjaja

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
ABSTRAK ii
ABSTRACT iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iiv
KATA PENGANTAR v
LEMBAR PERNYATAAN vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi Masalah 11
1.3 Kebaruan Penelitian (*Novelty*) 12
1.3.1 PRISMA 13
1.3.2 Analisis Bibliometric VOSViewer 14
1.4 Pertanyaan Penelitian 21
1.5 Tujuan Penelitian 23
1.6 Manfaat Penelitian 25
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL DISERTASI 26
2.1 Kajian Pustaka 26
2.1.1 Teori Utama: Teori Pemasaran Religius 27
2.1.1.1 Pemasaran Religius dan Perilaku Konsumen 28
2.1.1.2 Trust, Norm dan Network dalam Pemasaran Religius 29
2.1.1.3 Pemasaran Religius dalam Gereja Katolik 31
2.1.2 Teori Menengah: *Technology Acceptance Model* 31
2.1.2.1 Transformasi Teknologi Digital dalam Layanan Keuangan 39
2.1.2.2 Transformasi Teknologi Digital dalam Berdonasi 40
2.1.2.3 Transformasi Teknologi Digital dalam Gereja Katolik 42
2.1.3 Teori Terapan: Teori Modal Sosial, Teori Religiositas dan Teori Komitmen-Kepercayaan 43

https://lib.mercubuana.ac.id

2.1.3.1 Teori Modal Sosial 43
2.1.3.2 Teori Religiositas 53
2.1.3.3 Teori Komitmen-Kepercayaan 58
2.2 Penelitian Terdahulu 62
2.3 Pengembangan Hipotesis 79
2.3.1 *Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 81
2.3.2 *Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude* dalam *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 82
2.3.3 *Norm* memiliki pengaruh signifikan terhadap *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 82
2.3.4 *Norm* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude* dalam *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 83
2.3.5 *Network* memiliki pengaruh signifikan terhadap *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 84
2.3.6 *Network* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude* dalam *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 85
2.3.7 *Perceived ease of use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 86
2.3.8 *Perceived ease of use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude* dalam *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 87
2.3.9 *Perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 87
2.3.10 *Perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude* dalam *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 88
2.3.11 *Attitude* memiliki pengaruh signifikan terhadap *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 89

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

2.3.12 *Religiosity* memoderasi pengaruh *attitude* terhadap *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 90
2.3.13 *Attitude* memediasi pengaruh *trust, norm, network, perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *digital donation behavior intention* di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta 91
2.4 Kerangka Konseptual 93
2.5 Taksonomi Bloom 95
BAB III METODE PENELITIAN 97
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian 97
3.1.1 Lokasi Penelitian 100
3.1.2 Waktu Penelitian 105
3.2 Desain Penelitian 105
3.3 Populasi dan Sampel 107
3.3.1 Populasi 107
3.3.2 Sampel 108
3.3.2.1 Power Analysis 109
3.3.2.2 Inverse square root 110
3.3.3 Sampling 110
3.4 Jenis dan Sumber Data 113
3.5 Teknik Pengumpulan Data 114
3.6 Teknik Analisis Data 115
3.6.1 Analisis Data Deskriptif Responden 116
3.6.2 Analisis Data Deskriptif Variabel Penelitian 117
3.6.3 Analisis Pengaruh Variabel Penelitian 117
3.6.3.1 Membuat Model Konseptual PLS-SEM 119
3.6.3.2 Memasukkan Data ke dalam SmartPLS 4 119
3.6.3.3 Menjalankan PLS Algorithm 120
3.6.3.4 Evaluasi Outer Model (Measurement Model) 120
3.6.3.5 Evaluasi Inner Model (Structural Model) 123
3.7 Penyusunan Instrumen 128
3.8 Uji Instrumen 137

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 138
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 138
4.1.1 Gereja Katolik di Dunia 138
4.1.2 Gereja Katolik di Indonesia 139
4.1.3 Keuskupan Agung Jakarta 144
4.1.3.1 Wilayah Keuskupan Agung Jakarta 144
4.1.3.2 Logo Keuskupan Agung Jakarta 146
4.1.3.3 Arah Dasar Keuskupan Agung Jakarta 2022-2026 149
4.2 Hasil Penelitian 152
4.2.1 Permohonan Izin Penelitian 152
4.2.2 Pengumpulan Data 153
4.2.3 Analisis Data 158
4.2.3.1 Analisis Data Deskriptif Demografi Responden 158
4.2.3.2 Analisis Data Deskriptif Variabel Penelitian 164
4.2.3.3 Analisis Pengaruh Variabel dan Indikator 171
4.3 Pembahasan 193
4.3.1 Pembahasan Variabel dan Indikator 194
4.3.1.1 Trust 194
4.3.1.2 Norm 197
4.3.1.3 Network 201
4.3.1.4 Perceived Ease of Use 205
4.3.1.5 Perceived Usefulness 209
4.3.1.6 Attitude 213
4.3.1.7 Religiosity 217
4.3.1.8 Digital Donation Behavior Intention 222
4.3.2 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis 226
4.3.2.1 H1: Trust memiliki pengaruh signifikan terhadap digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 227
4.3.2.2 H2: Trust memiliki pengaruh signifikan terhadap attitude dalam digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 230

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

4.3.2.3 H3: Norm memiliki pengaruh signifikan terhadap digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 232
4.3.2.4 H4: Norm memiliki pengaruh signifikan terhadap attitude dalam digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 235
4.3.2.5 H5: Network memiliki pengaruh signifikan terhadap digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 237
4.3.2.6 H6: Network memiliki pengaruh signifikan terhadap attitude dalam digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 240
4.3.2.7 H7: Perceived ease of use memiliki pengaruh signifikan terhadap digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 243
4.3.2.8 H8: Perceived ease of use memiliki pengaruh signifikan terhadap attitude dalam digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 246
4.3.2.9 H9: Perceived usefulness memiliki pengaruh signifikan terhadap digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 248
4.3.2.10 H10: Perceived usefulness memiliki pengaruh signifikan terhadap attitude dalam digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 251
4.3.2.11 H11: Attitude memiliki pengaruh signifikan terhadap digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 254
4.3.2.12 H12: Religiosity memoderasi pengaruh attitude terhadap digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 256
4.3.2.13 H13: Attitude memediasi pengaruh trust, norm, network, perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap digital donation behavior intention di Gereja Katolik di Keuskupan Agung Jakarta. 259
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI 277
5.1 Kesimpulan 277
5.2 Implikasi Manajerial 286
5.2.1 Sikap: Membangun Sikap Positif Umat untuk Meningkatkan Niat Berdonasi Digital 289

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

5.2.2 Jejaring: Memadukan Jejaring Keluarga dan Komunitas dalam Meningkatkan Niat Berdonasi Digital 290
5.2.3 Aksesibilitas: Meningkatkan Niat Berdonasi Digital melalui Kecepatan dan Kemudahan Akses Aplikasi Donasi Digital 292
5.2.4 Manfaat: Mempromosikan Manfaat dan Dampak Sosial Donasi Digital 293
5.2.5 Percaya: Meningkatkan Kepercayaan Umat melalui Keamanan dan Transparansi Transaksi dalam Donasi Digital 295
5.2.6 Norma: Menginternalisasi Norma Donasi Digital sebagai Wujud Kepedulian Sosial dalam Kehidupan Menggereja..... 296
5.2.7 Gereja Ramah Digital: Mengintegrasikan Aspek Modal Sosial dan Teknologi dalam Donasi Digital 297
5.3 Implikasi Teoritis 299
5.4 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi 302
5.4.1 Keterbatasan Penelitian 302
5.4.2 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya 306
DAFTAR PUSTAKA..... 310
LAMPIRAN..... 331

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peran *Trust, Norm* dan *Network* dalam Pemasaran Religius 30
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 69
Tabel 3.1 Daftar Keuskupan/ Keuskupan Agung di Indonesia 98
Tabel 3.2 Daftar Dekanat/ Paroki - Gereja dalam Keuskupan Agung Jakarta ... 100
Tabel 3.3 Generasi Berdasarkan Tahun Lahir 116
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian 130
Tabel 4.1 Populasi Umat Katolik Dunia 138
Tabel 4.2 Daftar Keuskupan di Indonesia 140
Tabel 4.3 Dekanat/ Paroki Responden 154
Tabel 4.4 Paroki Responden Terbanyak 158
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden 160
Tabel 4.6 Sebaran Usia Responden 161
Tabel 4.7 Generasi Responden 162
Tabel 4.8 Pendidikan Responden 163
Tabel 4.9 Kriteria Penilaian Responden 165
Tabel 4.10 Kriteria Standar Deviasi 165
Tabel 4.11 *Mean*, Standar Deviasi Variabel & Indikator Penelitian 166
Tabel 4.12 Uji Normalitas Variabel Penelitian Kolmogorov-Smirnov 170
Tabel 4.13 Responden Pernah Bertransaksi QRIS 173
Tabel 4.14 Olah Data 1 – *Convergent Validity* 176
Tabel 4.15 Olah Data Ulang – *Convergent Validity* 180
Tabel 4.16 Hasil Uji *Fornell-Larcker Criterion* 184
Tabel 4.17 Hasil Uji *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)* 185
Tabel 4.18 Hasil Uji *Construct Reliability* 186
Tabel 4.19 *R-square & R-SquareAdjusted* 187
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung 191
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung Mediasi 192
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung Moderasi 192
Tabel 5.1 Rekomendasi Variabel Penelitian Selanjutnya 307

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1-1 Kolekte dalam Misa *Online* 2
Gambar 1-2 Metode Pembayaran yang digunakan di Asia Tenggara 3
Gambar 1-3 QR Code/ Tiket Misa Keuskupan Agung Jakarta 5
Gambar 1-4 Kolekte QRIS di Bangku Gereja Katedral, Jakarta 6
Gambar 1-5 Survei Kolekte QRIS di Gereja Katolik..... 8
Gambar 1-6 PRISMA *Flowchart* 14
Gambar 1-7 Analisis *Bibliometric VOSviewer*..... 15
Gambar 1-8 Analisis *VOSviewer* untuk *Digital Transformation* 16
Gambar 1-9 Analisis *VOSviewer* untuk *Donation*..... 16
Gambar 1-10 Analisis *VOSviewer* untuk *Behavior Intention*..... 17
Gambar 1-11 Analisis *VOSviewer* untuk *Attitude* 17
Gambar 2-1 Diagram TAM 32
Gambar 2-2 Diagram UTAUT 34
Gambar 2-3 Diagram UTAUT2 38
Gambar 2-4 Diagram *Social Capital: Trust, Norms, Network*..... 45
Gambar 2-5 Kerangka Konseptual..... 93
Gambar 3-1 Jadwal Penelitian 105
Gambar 3-2 Hasil Perhitungan Sampel dari *G*Power* 109
Gambar 3-3 *QR Code* Survei Donasi Digital/ Kolekte QRIS 115
Gambar 4-1 Peta Wilayah Keuskupan di Indonesia..... 139
Gambar 4-2 Wilayah Keuskupan Agung Jakarta 144
Gambar 4-3 Hirarki Gereja Katolik Roma di Indonesia 146
Gambar 4-4 Logo Keuskupan Agung Jakarta 147
Gambar 4-5 Diagram Responden Paroki 153
Gambar 4-6 Diagram Jenis Kelamin Responden 160
Gambar 4-7 Diagram Sebaran Usia Responden..... 161
Gambar 4-8 Diagram Generasi Responden..... 163
Gambar 4-9 Diagram Pendidikan Responden..... 164
Gambar 4-10 Model Konseptual PLS-SEM 172
Gambar 4-11 Responden Pernah Bertransaksi QRIS..... 173

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

Gambar 4-12 Pemeriksaan Skala, Indikator, Sampel, *Missing Values*..... 174
Gambar 4-13 Olah Data 1 - Diagram Luaran *PLS Algorithm*..... 176
Gambar 4-14 Olah Data Ulang - Diagram Luaran *PLS Algorithm*..... 180
Gambar 4-15 Diagram Luaran *Bootstrapping* 190
Gambar 4-16 Hasil Uji Hipotesis dalam Diagram Konseptual Penelitian..... 227
Gambar 4-17 H13a: *Trust → Attitude → Digital Donation Behavior Intention* 260
Gambar 4-18 H13b: *Norm → Attitude → Digital Donation Behavior Intention* 263
Gambar 4-19 H13c: *Network → Attitude → Digital Donation Behavior Intention* 266
Gambar 4-20 H13d: *Perceived Ease of Use → Attitude → Digital Donation Behavior Intention*..... 269
Gambar 4-21 H13e: *Perceived Usefulness → Attitude → Digital Donation Behavior Intention*..... 273
Gambar 5-1 Si JAMPaNG: Model Transformasi Donasi Digital di Gereja Katolik Keuskupan Agung Jakarta..... 287

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id